Vol. 5, No. 2, Mei 2023, pp. 111-121
ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online)
doi: https://doi.org/10.35891/js.v5i2.3887

Digital Content Optimization for Personal Branding and Increasing Digital Literacy for Students of MA Miftahul Ulum Puntir Purwosari Pasuruan

Optimalisasi Konten Digital Untuk Personal Branding dan Peningkatan Literasi Digital Bagi Siswa MA Miftahul Ulum Puntir Purwosari Pasuruan

Muhammad Imron Rosadi[1], Siti Muyasaroh[2], Zainul Ahwan[3], Ninuk Riswandari[4], Ahmad Aminuddin[5], Riska Amelia[6]
[1-6]Universitas Yudharta Pasuruan
imron.rosadi@yudharta.ac.id, muyasaroh@yudharta.ac.id, zezen@yudharta.ac.id, ninuk@yudharta.ac.id, aminuddin@yudharta.ac.id, riskaamelia.real@gmail.com

Received:	Revised:	Accepted:
11 Februari 2023	16 April 2023	30 Mei 2023

Abstract
This program is intended to increase the capacity of knowledge, understanding and ability to improve personal branding through digital content as well as digital literacy for MA Miftahul Ulum Puntir Purwosari Pasuruan students in utilizing information and communication technology, namely smartphones and social media in a positive and maximum way. The results of the service show that students' understanding of personal branding and digital literacy is still relatively low, this can be seen based on questions and answers with training participants. Furthermore, comprehensive training related to optimizing personal branding through digital contexts and understanding related to digital literacy was given by a community service team who are members of the Pasuruan ICT volunteer community, informatics study program and communication science study program Yudharta University of Pasuruan. The results of this training show significant changes related to understanding and increasing digital content processing capabilities for personal branding and digital literacy through interviews and testimonials to participants.

Keywords: personal branding; media social; digital literacy

Abstrak
Program ini dimaksudkan untuk meningkatkan kapasitas pengetahuan, pemahaman dan kemampuan dalam peningkatan Personal branding melalui konten digital serta terhadap literasi digital bagi siswa MA Miftahul Ulum Puntir Purwosari Pasuruan dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yaitu smarphone dan media social secara positif dan maksimal. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pemahaman siswa terhadap personal branding dan literasi digitgal masih dikategorikan rendah, hal itu dapat diketahui berdasarkan tanya jawab dengan peserta pelatihan. Selanjutnya diberikan pelatihan secara komprehensif terkait optimalisasi personal branding melalui konten digital dan pemahaman terkait literasi digital oleh tim pengabdian masyarakat yang tegabung dalam komunitas relawan TIK Kab Pasuruan, Prodi informatika dan prodi ilmu komunikasi Universitas Yudharta Pasuruan. hasil pelatihan ini menunjukkan perubahan yang signifikan yaitu terkait pemahaman dan peningkatan kemampuan pengolahan konten digital untuk personal branding dan literasi digital melalui wawancara dan testimoni kepada peserta.

Kata Kunci: personal branding; media sosial; literasi dgital

Vol. 5, No. 2, Mei 2023, pp. 111-121
ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online)
doi: https://doi.org/10.35891/js.v5i2.3887

Pendahuluan

Data hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa perkembangan pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pada periode 2022-2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang, meningkat sebesar 2,67% dibandingkan dengan periode sebelumnya yang mencapai 210,03 juta pengguna. Jumlah ini setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 275,77 juta jiwa. Dalam survei tersebut, tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun ini meningkat sebesar 1,17% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Pada tahun 2021-2022, tingkat penetrasi internet mencapai 77,02%, sedangkan pada periode 2022-2023, tingkat penetrasi meningkat menjadi 78,19%. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam penggunaan dan akses internet di Indonesia. (Kemp, 2023).

Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan yang konsisten dalam akses dan penggunaan internet di Indonesia. Peningkatan penetrasi internet ini menandakan adanya pergeseran yang signifikan dalam pola komunikasi, akses informasi, dan interaksi sosial di Indonesia. Dengan semakin banyaknya pengguna internet, masyarakat Indonesia memiliki akses yang lebih mudah dan luas terhadap informasi, layanan, dan peluang di dunia digital. Perkembangan ini juga memberikan peluang dan tantangan baru, terutama dalam hal literasi digital dan personal branding (Rafiuddin et al., 2022). Dengan peningkatan pengguna internet, penting bagi siswa MA Miftahul Ulum Puntir untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang literasi digital agar dapat menggunakan teknologi secara efektif, mengelola informasi dengan bijak, dan berpartisipasi secara aktif dalam dunia digital. Selain itu, dengan tingkat penetrasi internet yang semakin tinggi, personal branding melalui media sosial menjadi semakin penting. Siswa perlu memahami pentingnya membangun citra diri yang positif dan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan diri, menunjukkan keterampilan dan minat, serta membangun hubungan dan jaringan yang kuat di dunia digital (Kadiyono, 2020).

MA Miftahul Ulum yang terletak di Dusun Puntir Desa Martopuro Kecamatan Purwosari Pasuruan merupakan salah satu lembaga pendidikan SLTA sederajat dibawah naungan KEMENAG yang berpartisipasi dalam mencerdaskan kehidupan bangsa sesuai dengan Pancasila dan agama serta berusaha mempertahankan NKRI (Admin, 2011). MA

Vol. 5, No. 2, Mei 2023, pp. 111-121
ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online)
doi: https://doi.org/10.35891/js.v5i2.3887

Miftahul ulum puntir yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan yang berkualitas bagi siswa-siswinya termasuk dalam kecakapan digital. Tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini siswa atau generasi muda sudah sangat familiar dengan dunia digital/internet, namun sayangnya penggunaan internet masih sebatas sebagai media mencari hiburan, begitu juga yang terjadi pada siswa MA Miftahul Ulum Puntir. Melihat ini, perlu adaya upaya menata generasi muda dengan kompetensi didunia gitial khusunya dalam bidang literasi digital dan personal branding.

Dalam konteks ini, MA Miftahul Ulum Puntir dapat memainkan peran penting dalam membekali siswanya dengan keterampilan literasi digital dan kemampuan personal branding melalui penggunaan media sosial dengan bijak. Hal ini akan membantu siswa dalam mempersiapkan portofolio yang kuat dan memanfaatkan potensi penuh dari tren perkembangan internet di Indonesia..

Dalam era digital yang semakin maju, literasi digital dan personal branding menjadi hal yang sangat penting bagi para siswa. Literasi digital memungkinkan siswa untuk memanfaatkan teknologi digital dengan efektif, sedangkan personal branding melalui media sosial membantu mereka membangun citra diri yang kuat dan mempersiapkan portofolio yang menonjol. Literasi digital adalah keterampilan yang esensial dalam era digital yang penuh dengan informasi dan teknologi. Pemahaman literasi digital berperan penting dalam menghasilkan siswa yang mampu beradaptasi dengan cepat dan menggunakan teknologi dengan bijak (Kusumastuti et al., 2021).

Akses ke Informasi dalam dunia yang didorong oleh teknologi menjadikan akses ke informasi sangat mudah. Literasi digital memungkinkan siswa untuk menavigasi dan mengevaluasi informasi yang mereka temui secara kritis. Mereka dapat membedakan antara informasi yang valid dan tidak valid, serta menghindari penyebaran berita palsu. Pemahaman dan kompetensi siswa dalam bidang literasi digital memungkinkan siswa untuk berkomunikasi dan berkolaborasi dengan orang-orang di seluruh dunia melalui media sosial, email, dan platform kolaboratif lainnya. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk belajar dan berbagi pengetahuan dengan cara yang lebih luas sekaligus bias melakukan branding potensi yang dimiliki oleh siswa tersebut.

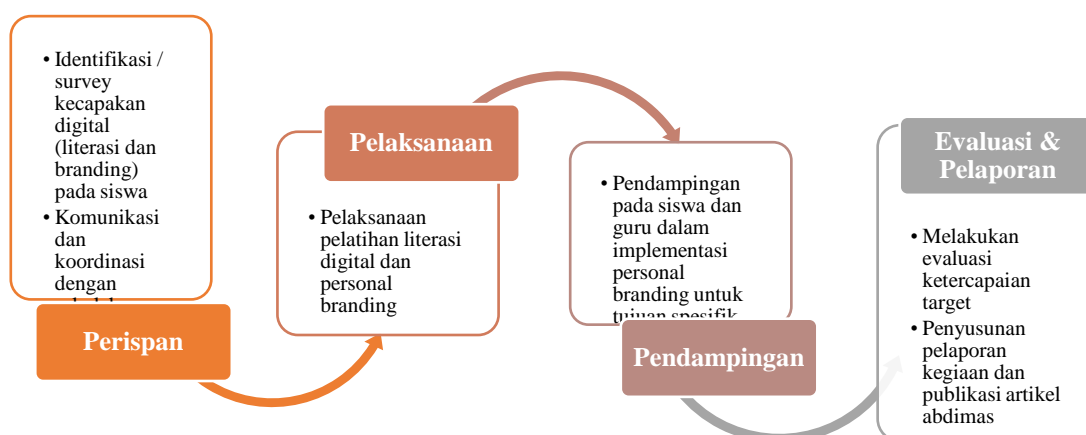
Tidak bisa dipungkiri diera digital seperti saat ini, kreativitas dan Inovasi menjadi sangat penting. Literasi digital memberi siswa alat dan pengetahuan untuk menghasilkan

Vol. 5, No. 2, Mei 2023, pp. 111-121
ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online)
doi: https://doi.org/10.35891/js.v5i2.3887

konten digital yang menarik, seperti video, blog, dan desain grafis. Ini mengembangkan keterampilan kreatif mereka dan membantu mereka membangun portofolio yang menonjol. Kemampuan sejak dini dalam menguasai literasi digital dan personal branding menjadi modal persiapan karir dimasa depan (Monggilo, 2021). Di dunia kerja yang semakin terhubung secara digital, literasi digital menjadi keterampilan yang sangat dicari oleh perusahaan. Siswa yang memiliki pemahaman yang baik tentang teknologi digital akan memiliki keunggulan dalam mencari pekerjaan dan berhasil di dunia kerja.

Kecakapan literasi digital didukung dengan kemampuan personal branding yang baik akan mampu membangun citra diri yang kuat dan membedakan diri dari yang lain. Media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun personal branding. Hanya saja dalam membangun personal branding memang membutuhkan waktu dan konsistensi dimana salah satu strategi membentuk personal branding yang efektif adalah dengan melakukannya penuh konsistensi atau terus-menerus sehingga personal branding tersebut menjadi dikenal.

Metode

Kegiatan optimalisasi konten digital untuk personal branding dan peningkatan literasi digital bagi siswa MA Miftahul Ulum Puntir Purwosari Pasuruan ini dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan kepada siswa serta melibatkan guru pada mata pelajaran terkait. Kegiatan ini dilakukan dengan tahapan berikut :

Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Vol. 5, No. 2, Mei 2023, pp. 111-121
ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online)
doi: https://doi.org/10.35891/js.v5i2.3887

Hasil

Personal branding dan digital digital adalah dua aspek keahlian yang harus dimiliki oleh siswa di Indonesia dalam menghadapi tantangan serta persoalan yang semakin kompleks di era industry 4.0 dan Society 5.0. kedua keahlian tersebut akan menjadi modal dasar ketika permintaan akan kebutuhan lapangan kerja yang terbuka bursa kerja. Oleh karena itu Hal ini menuntun kepada generasi milenial Z terutama siswa tingkat SLTA yang siap kerja untuk menguasai aspek tersebut sehingga akan terus berkembang dan maju di era digitalisasi. Secara teori Personal branding merupakan upaya sadar dan disengaja dalam hal menciptakan dan memengaruhi persepsi publik tentang seseorang dengan memosisikan diri sebagai otoritas di dalam industri, meningkatkan kredibilitas, dan membedakan diri dari persaingan yang tujuan akhirnya adalah memajukan karier, meningkatkan pengaruh, dan memberi dampak yang lebih besar. Contoh: Dalam industri marketplace dan pasar digital, ada banyak influencer yang fokus bergerak di bidang ini, akan tetapi hanya beberapa nama yang kita ketahui antara hanya 10-20 nama yang bisa disebutkan. Jadi, diantara ratusan atau ribuan nama tersebut, apa yang membuat kita menyebutkan nama-nama tersebut? Jawabannya yaitu karena mereka berbeda dari yang lain.

Untuk mengetahui pemahaman siswa terkait personal branding dan literasi digital tim mengajukan pertanyaan kepada peserta yaitu penggunaan media social dalam keseharian, serta mengecek tampilan akun Instagram peserta.

Gambar 2. Tanya Jawab Terkait Personal Branding Dan Literasi Digital

Personal branding dalam media social seperti halnya Instagram. Instagram adalah salah satu platform media sosial terpopuler kedua setelah Facebook dan urutan ketiga adalah TikTok. Media social digunakan para influencer dari berbagai industri untuk berbondong-bondong membangun basis penggemarnya (Monggilo et al., 2020). Pada kegiatan ini dilakukan

Vol. 5, No. 2, Mei 2023, pp. 111-121
ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online)
doi: https://doi.org/10.35891/js.v5i2.3887

suatu analisis dan strategi agar siswa MA Miftahul Ulum Puntir mempunyai personal Branding dan Memahani Literasi Digital. Sehingga Tim Pengabdian Masyarakat melakukan Langkah-langkah dibawah ini:

Tahap Persiapan

Pada tahapan ini diawali dengan rapat persiapan tim untuk merumusakan teknik kegiatan mulai dari agenda kegiatan, materi yang disampaikan serta tindak lanjut program. Pada persiapan ini ketua tim membagi peran anggota mulai dari pengisi acara, dokumentasi serta pembuatan sertifikat untuk peserta kegiatan.

Tahap Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan, kegiatan pelatihan merupakan kegiatan inti dalam semua tahapan, pada tahapan ini tim mengacu pada metode pelaksanaan kegiatan sehingga lebih focus dan terarah. Kegiatan ini dimulai dari persiapan yaitu pengisian daftar hadir, pengenalan pemateri dan peserta, ice breaking, menjelaskan maksud dan tujuan pelaksanaan yang difasilitatori oleh tim.

Gambar 3. Pembukaan Kegiatan Pengabdian Bersama Pihak Sekolah

1. ***Pelatihan dan Pendampingan Personal Branding***

   Pada materi ini memuat tentang personal branding dan membangun konten digital untuk personal branding. Materi ini disampaikan oleh Riska Amelia selaku anggota pelaksana yang merupakan mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi. Pada meteri ini

Vol. 5, No. 2, Mei 2023, pp. 111-121
ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online)
doi: https://doi.org/10.35891/js.v5i2.3887

menyampaikan pentingnya personal branding serta optimalisasi personal branding didunia digital. Personal branding didunia digital sangat penting terutama bagi generasi Z. karena dengan adanya personal branding kita lebih dikenal oleh masyarakat luas melalui media digital. Bisa untuk mencari pekerjaan, menunjukkan kelebihan dan kekuatan kita, juga untuk memasarkan suatu produk.

Pada materi ini pemateri lebih menjelaskan teknik optimalisasi personal branding melalui media social yaitu Instagram. Karena Instagram termasuk urutan 3 besar terpopuler di Indonesia. Pemateri menjelaskan cara pembuatan akun Instagram, penulisan Bio, Pembuatatan konten Instagram, teknik SEO, serta teknik interaksi dengan follower.

Gambar 4. Penyampaian Materi Personal Branding

Pada tahapan ini peserta diajari langsung praktik optimalisasi konten digital untuk personal branding. Pada praktek kali ini menggunakan media social Instagram. Karena media social ini termasuk kategori media social masuk 3 besar yang paling banyak dan popular digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pada praktek ini siswa diajari cara pembuatan akun Instagram. Pengisian Bio, Pembuatan Konten, serta cara kolaborasi infuencer.

Gambar 5. Pendampingan Optimalisasi Personal Branding

Vol. 5, No. 2, Mei 2023, pp. 111-121
ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online)
doi: https://doi.org/10.35891/js.v5i2.3887

2. *Pelatihan Literasi Digital*

Pada tahapan ini penyampaian materi terkait literasi digital oleh Ketua Tim yaitu Muhammad Imron Rosadi. Pada kegiatan ini menjelaskan pengertian literasi digital, fungsi dan tujuannya serta pembagian literasi digital dibagi menjadi 4 yaitu Digital Skills, Digital Ethics, Digital Culture, Digital Safety. Pada materi ini pemateri menekankan pentingnya generasi Z untuk bisa menggunakan media smartphone untuk membuat konten digital positif serta untuk personal branding, selain itu juga menjelaskan terkait etika didunia digital yaitu tidak melakukan ujaran kebencian, penyebaran informasi palsu/hoax, perundungan digital (Rosadi et al., 2022). Tidak hanya itu pada materi ini disampaikan juga bagaimana cara mengamankan akun media social agar tidak mudah dihack atau dibobol oleh orang lain mulai dari pembuatan password yang kuat, pengaktifan 2FA, ,melindungi rekam jejak digital, melindungi penipuan di dunia digital dan perlindungan data pribadi diruang digital (Adikara et al., 2021).

Gambar 6. Penyampaian Materi Literasi Digital

Materi yang diajarkan bagaimana cara memaksimalkan media sosial untuk pemasaran digital. Seperti Facebook dan tiktok. Serta bagaimana cara membuat video pemasaran yang memikat. Dev Achmad selakui pemateri dan pengurus RTIK Kabupaten Pasuruan, mengaku senang bisa berbagi ilmu pemasaran digital. Diharapkan adek adek pelajar bisa memaksimalkan pelatihan pemasaran digital ini untuk bekal selepas lulus bisa mendapatkan pekerjaan atau membuka lapangan pekerjaan sendiri.

Sementara peserta tampak antusias ketika diberikan bukti ada pelajar sekolah lain, kelas 3 yang sudah mencoba pemasaran digital sambil sekolah dengan hasil yang fantastik. Beberapa siswa selama ini sudah mencoba belajar pemasaran digital. Namun belum

Vol. 5, No. 2, Mei 2023, pp. 111-121
ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online)
doi: https://doi.org/10.35891/js.v5i2.3887

optimal karena masih coba coba. Sehingga adanya pelatihan ini siswa merasa senang dan semangat.

Pelatihan pemasaran digital berlangsung interaktif kurang lebih sekitar 3 jam. Peserta begitu antusias ketika praktek pembuatan video. Ada yang ambil video sambil berdiri, ada juga yang jadi model. “Saya paling senang kalau pelatihan langsung praktek seperti ini, jadinya kita langsung paham”, kata Dewinda, yang memiliki nama lengkap Dewinda Kinanti cahyantika sambil praktek syuting video.

Gambar 7. Demonstrasi Personal Branding Melalui Konten Digital

Tahap Soft Coaching

Soft choaching merupakan tahapan tindak lanjut yang telah disepakati oleh peserta. Pembinaan yang dilakukan oleh tim secara daring melalui media online WhatsApp. Peserta mengakui dengan adanya pelatihan ini berdampak kepada perilaku keberanian dan kekuatan serta kelebihan yang mereka miliki, kelebihan dalam desain grafis, pengisian Bio dengan informasi yang jelas, konsep konten, berkolaborasi dengan influencer lainnya, content writing yang mereka praktekkan untuk di posting pada media Instagram peserta. Tidak hanya itu peserta mampu memasarkan produknya melalui media Instagram.

Gambar 8. Hasil Desain Grafis Siswa Yang Diposting Pada Media Instagram

Vol. 5, No. 2, Mei 2023, pp. 111-121
ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online)
doi: https://doi.org/10.35891/js.v5i2.3887

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan personal branding melalui optimalisasi konten digital dan peningkatan literasi digital bagi SIswa MA Miftahul Ulum Puntir Pasuruan bahwa; 1) Pemahaman peserta pelatihan oleh siswa terhadap materi personal branding dan literasi digital berubah dari sebelum diberikannya materi terkait dua hal tersebut. Hal ini dapat dilihat dari hasil perkembangan pemahaman peserta yang cukup signifikan dari sebelum dan setelah disampaikannya materi. Perubahan pemahaman yang paling menonjol adalah pemahaman tentang personal branding melalui platform media social yaitu konten Instagram, pengenalan fitur-fitur Instagram untuk personal branding dan aspek aspek yang berhubungan dengan literasi digital terkait hoax, perundungan, perlindungan data pribadi, etika digital. Pada saat dilakukan wawancara dan testimoni peserta sangat antusias dan dampak positif untuk menyiapkan karir dan pekerjaan setelah lulus dalam hal memehami tentang personal branding dan literasi digital sangat baik. 2) Pemahaman terhadap kedua materi tersebut diarahkan melalui pelatihan secara langsung melalui akun media social siswa sehingga memberikan efek positif dan pemahaman lebih cepat, dan 3) sekolah perlu menyiapkan wadah pengembangan karir untuk siswa berekspresi diri dari sisi personal branding dan penguasaan digitalnya.

Ucapan Terima Kasih

Kami ucapkan terima kasih kepada Relawan TIK Kabupaten Pasuruan sebagai fasilitator kegiatan pengabdian ini, MA Miftahul Ulum Puntir dalam hal Pemberian tempat serta Universitas Yudharta Pasuruan dalam hal Kolaborasi kegiatan Pengabdian kepada masyarakat.

Referensi

Adikara, G. J., Kurnia, N., Adhrianti, L., Astuty, S., Wijayanto, X. A., Desiana, F., & Astuti, S. I. (2021). *Aman bermedia digital*.

Admin. (2011). *Profil MA Miftahul Ulum Puntir*. Web MA Miftahul Ulum PUntir. http://ma-miftahululum-puntir.blogspot.com/

Kadiyono, A. L. (2020). Pelatihan Personal Branding Bagi Persiapan Pengembangan Karir Mahasiswa Tingkat Akhir. *International Journal of Community Service Learning*, *4*(4), 263–273. https://doi.org/10.23887/ijcsl.v4i4.29730

Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Datareportal. https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia

Kusumastuti, F., Kurnia, N., Astuti, S. I., Birowo, M. A., Hartanti, L. E. P., Amanda, N. M. R., & Kurnia, N. (2021). Modul Etis Bermedia Digital. In *Modul Etis Bermedia Digital*. https://literasidigital.id/books/modul-etis-bermedia-digital/

Monggilo, Z. M. Z. (2021). *Cakap Bermedia Digital*. http://literasidigital.id/books/modul-cakap-bermedia-digital/

Monggilo, Z. M. Z., Kurnia, N., & Banyumurti, I. (2020). Panduan Literasi Media Digital dan Keamanan Siber MUDA, Kreatif, dan tangguh di ruang siber. In *Jakarta: Badan Siber dan Sandi Negara*.

Rafiuddin, R., Abdusahid, A., Lukman, L., & Ramadhan, S. (2022). Pelatihan Personal Branding Dan Peningkatan Digital Litercy Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(1), 1–12. https://doi.org/10.52266/taroa.v1i1.736

Rosadi, M. I., Misbach Munir, & Mochamad Hasyim. (2022). Healthy Internet Counseling About the Dangers of Hoax in the Covid-19 Pandemic Period for Students SMK Darut Taqwa Sengonagung Purwosari Pasuruan. *Soeropati: Journal of Community Service*, *4*(2), 163–170. https://doi.org/10.35891/js.v4i2.3315